白酒销售公司在线营销存在的问题与应对策略

刘峰

（黑龙江大学，黑龙江哈尔滨，150025）

摘要：在线营销模式可通过营销效果、营销定位和营销创新三端发力，拓宽白酒销售公司商业发展边界。但在白酒销售公司在线营销模式中，仍存在传统消费观念束缚、法律法规不健全以及网络营销人才匮乏等问题。基于此，提出优化在线支付便利性、夯实网络营销人才基础、更新消费观念的建议，以助力白酒销售公司在线营销模式高质量发展。

关键词：白酒公司；网络营销；营销风险；应对策略

当前，越来越多的白酒销售公司开始向在线营销转型，并通过各种在线渠道实现精准营销和更高效的市场推广。在此过程中，白酒销售公司可通过在线营销，借助线上渠道建立的客户经验和互动，使得自身能够更好地了解市场趋势和客户需求，从而更加有效地调整产品和服务策略。在线营销已经成为当前时期白酒销售公司发展所不可或缺的重要手段，如何通过在线营销扩大公司经营绩效、辅助公司制定营销决策成为白酒销售公司急需面对与解决的核心问题之一。

一、在线营销内涵

在线营销是指公司利用市场营销战略与新一代信息技术相结合，进而在各种线上渠道实现产品推广与服务的新模式，其涵括网站、网络商店、社交媒体、搜索引擎等诸多渠道。以此推及，在线营销内涵主要可分为营销效果、营销定位和营销创新三个维度，并以此驱动公司传统营销模式实现更高效、更便捷地营销服务，最终拓宽公司商业边界。第一，以营销效果为导向，丰富营销深度。传统营销模式很难准确地估算推广活动的效果，而在线营销更具有数据化特点，其可通过分析网站流量、点击率、转化率等指标，实时掌握各项推广活动的具体效果，以此制定更科学的营销策略。相较传统营销模式，在线营销模式的执行效率也相对较高，可通过在线平台实现全天候自动运营，极大程度上降低了推广成本。第二，以营销定位为核心，夯实营销精度。在线营销平台通常都具备高精准地定位能力，可以根据用户的语言、地理位置、搜索习惯等要素，将推广内容精准地投放给目标受众。这种定位能力比传统的营销手段更加准确，可以实现精准营销和个性化推送营销。第三，以营销创新为重点，拓宽营销广度。在线营销不拘泥于传统的营销手段，而是通过创新性的方式不断探索新的营销广度。例如，互联网公司会通过社交媒体来进行用户拓展，通过网站优化、微博微信营销等方式提升品牌口碑，根据不同的产品和服务类型，不同营销方式的创新也会呈现不同差异。

二、白酒销售公司在线营销存在的问题

（一）传统消费观念束缚在线营销模式发展

作为传统行业代表之一，白酒销售公司一直受到“看得见摸得着才是好的”、“听亲友的建议更可靠”等传统消费观念影响。这些根植于人们心中的观念，使得白酒销售公司在线营销模式开发和推广过程中，面临着一定的困难和挑战。一方面，消费者对于线上购买白酒的信任度较低。在传统消费观念中，白酒是一种较为昂贵的商品，购买时需要深入了解，店里可以实际品尝和了解，但线上无法实现这一点，因此容易让消费者产生不信任心理。另一方面，线上营销服务体验欠缺。由于线上购买没有面对面交流的方式，因此白酒销售公司需要在网站建设和服务方面下更多的工夫，提供更好的服务体验。此外，在线上销售过程中，部分白酒销售公司缺乏与消费者的互动沟通，这使得消费者不信任感加剧，进而阻滞在线营销模式发展。

（二）法律法规不健全阻碍在线营销模式发展

法律法规不健全是阻碍白酒销售公司在线营销模式发展的重要问题之一。传统营销模式下，白酒销售公司往往通过制定合同和协议来规范消费者行为和保障自身权益。但在线上销售中，法律法规并没有跟上步伐，缺乏明确的法律规定，从而增加了白酒销售公司的操作风险和售后难度。一方面，在线支付风险阻碍在线营销模式发展。在线上销售中，消费者需要通过在线支付进行白酒购买。在这一过程中，很容易为消费者带来如账户被盗、支付过程数据泄漏等问题。加之，涉及计算机与互联网相关的电子合同犯罪问题，我国法律法规还相对缺失，以至于缺乏保障在线营销活动有效法律。这些问题在一定程度上会影响白酒销售公司在线营销模式发展。另一方面，消费者维权难阻碍在线营销模式发展。在线上购买后，如果出现质量问题或者售后问题，消费者往往需要向白酒销售公司进行维权。但事实上，目前法律法规对在线销售的相应规定还较为欠缺，这使得消费者维权难度与成本大大增加，不利于消费者合法权益的维护。

（三）网络营销人才匮乏滞后在线营销模式发展

随着互联网的快速发展，越来越多传统企业开始寻求在线营销转型。然而，白酒销售公司在线营销模式发展面临着网络营销人才匮乏这一难题。尤其是三四线城市中，白酒销售公司网络营销人才数量显然无法满足市场需求，这极大地阻碍了白酒销售公司在线营销模式的发展。一方面，三四线城市网络营销人才素质相对较低，缺乏前沿知识与技能。这些城市多数网络营销人员受教育水平限制，经验不足，难以掌握最新的网络营销技能和策略，也就无法满足白酒销售公司在线营销发展的需求。另一方面，网络营销人才受薪资水平和文化环境等限制。与大城市相比，三四线城市薪资水平普遍较低，也缺少宽松的文化环境。这使得白酒销售公司在招聘网络营销人才时受到了一定限制，也不利于网络营销人才的发展。

三、白酒销售公司在线营销发展策略

（一）优化在线支付便利性，助力在线营销发展

优化在线支付便利性是提高消费者购买白酒意愿的重要举措。据此，白酒销售公司可从以下两方面着力提升。其一，增加支付渠道。除了支付宝、微信支付等方式，白酒销售公司可以结合自身业务特点，为消费者提供银联、信用卡、PayPal 等更多、更为灵活的支付方式。其二，白酒销售公司可提供“0 元购”、“免息分期”、“满额返券”等优惠方式，在提高消费者购买欲望的同时，增强消费者选择线上购买白酒的意愿。其三，白酒销售公司需对购物流程进行优化，使消费者在选择支付方式、填写收货地址、确认订单等诸多环节中做出更快、更准确的决策，提高用户体验。

（二）夯实网络营销人才基础，赋能在线营销发展

夯实网络营销人才基础是赋能白酒销售公司在线营销能力的关键。具言之，一方面，白酒销售公司可通过内部的员工培训，提高网络营销人才的基础知识和技能。另一方面，白酒销售公司可引入外部专业网络营销团队，通过专业网络营销策略和方法来提升公司的在线营销效果。此外，白酒销售公司可定期调查潜在用户需求，对网络营销人员提出更有针对性的培养方案，以增强网络营销人才实际操作能力。

（三）更新消费观念，提速在线营销模式发展

为满足消费者对白酒品质、健康和环保等方面的要求，白酒销售公司需要改变传统消费观念，推出符合时代潮流和消费者需求的产品和服务，以提速在线营销模式发展。首先，推广健康理念。白酒销售公司应在倡导适量饮酒的同时，遵循科学健康饮酒文化，推出低度数、低热量、低甜度的白酒产品，满足消费者健康饮酒的需求。其次，推行环保理念。白酒销售公司可采用环保包装和绿色生产工艺，减少对环境影响的同时，提高消费者的信任度和忠诚

度。最后，差异化定位。针对年轻消费者的消费观念和生活方式，推广潮流白酒，进行差异化定位和营销推广，吸引更多年轻消费者。